

飲食店のごみに関する意識調査
— 報告書 —

飲食店海ごみ削減プロジェクト実行委員会
2019/09/18

▼調査趣旨

下記調査内容を主に、今の飲食店が実施しているゴミの分別状況やエコへの意欲を把握するとともに、飲食店における海洋ごみへの意識を理解し、今後どのような対策であれば飲食店が取り組んでいけるかを考える材料として実施。

- ・ 飲食店のごみ処理状況
- ・ 飲食店における海洋ごみの認知度
- ・ 飲食店での海洋ごみ対策への意欲（関心度やコスト感など）

▼調査概要

- ・ 対象エリア 全国
- ・ 期間 3日間
- ・ ジャンル 指定なし
- ・ 総数 400件

結果要約

1. 飲食店でのごみの削減やリサイクル活動として「分別」がもっともよく取り組まれている。それに伴い、80%以上の店舗が自治体のルールに従ってごみ処理ができている。
2. 海洋ごみの認知度は高いが、意識して対策をしている状況ではない。その理由としては普段あまり気に留めていなかったり、どのように対策すれば良いか理解していない、そもそも重要性を感じていないことが考えられる。
3. 海洋ごみ対策としてごみ分別がハードルが低く、実施している・やってみたいともに上位にあり、再生可能容器は実施はしていないものの興味が高いため、実証実験で再生容器の提供が考えうる。
4. 海ごみ対策でのメリットとしてフードロス問題解決への関心が高い。また、店舗イメージアップに繋がるようなものにメリットを感じている。そのため、来店者へ発信できるツール（ポスターや卓上POP）などが有効である可能性がある。
5. コスト感はメリットを得られることにより、価格が上がっている。実証実験などで何店舗か成功事例を積み、より多くの店舗で実施するといったプランが考えられる。
6. フードロス問題に関しては、今後対応策を検討するべきである。

調査結果

- はじめに

今回の調査対象比率（具体的内容は別紙調査結果一覧をあわせてご確認ください）

■都道府県（上位）

東京都 14.5%（58 / 400名）

大阪府 11.8%（47 / 400名）

北海道 7.5%（30 / 400名）

兵庫県 6.3%（25 / 400名）

埼玉県 5.0%（20 / 400名）

■ジャンル（上位）

酒類提供が主な店舗 25%（100 / 400名）

喫茶店 15.5%（62 / 400名）

日本料理 12.5%（50 / 400名）

■飲食店経営・勤務

自営店経営 73.5%（58 / 400名）

自営店勤務 18.0%（72 / 400名）

チェーン店経営 3.0%（12 / 400名）

チェーン店勤務 12.5%（50 / 400名）

■役職

オーナー 41.5%（50 / 400名）

経営者 66.3%（265 / 400名）

事業責任者 39.0%（156 / 400名）

店長 47.0%（188 / 400名）

スタッフ 7.0%（28 / 400名）

アルバイト 0.5%（2 / 400名）

その他 0.8%（3 / 400名）

調査結果

ここでは前回の打合せ時にでておりました、いくつかの調査したいポイントの結果をまとめています。

(別紙にて全質問とその調査結果一覧がございます)

■飲食店のごみ処理状況 (Q10)

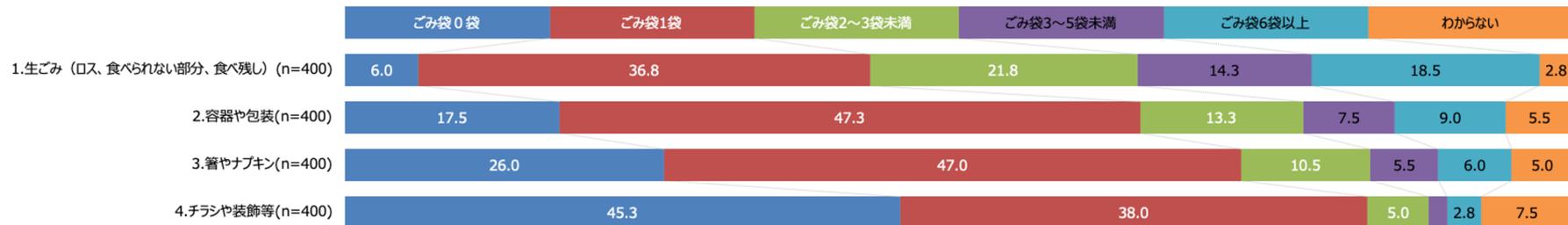
区・市などの自治体の指定を守っている 84.3% (58 / 400名)

一部、自治体指定を守れていない 5.8% (23 / 400名)

あまり意識したことがない 7.8% (31 / 400名)

わからない 2.3% (9 / 400名)

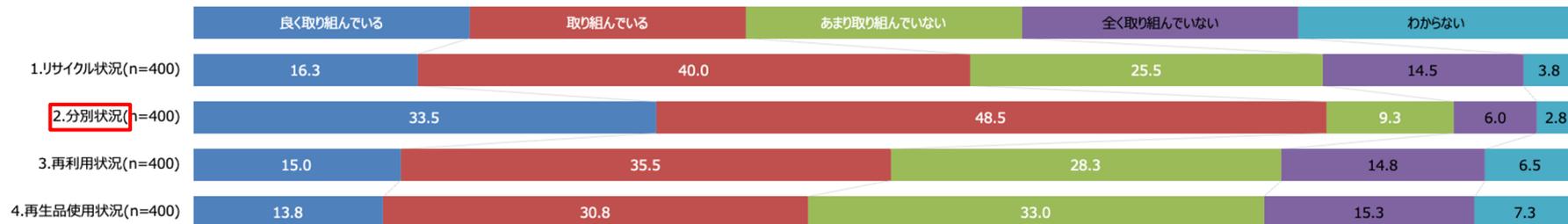
■ごみの内容と1週間あたりのごみ排出量 (Q11)



※視覚的に識別しやすいよう色を変更しています。

調査結果

■ごみ減量化・リサイクルなどの実施状況 (Q12)



■海洋ごみ認知度 (Q15)

知っている 85.3% (341 / 400名)

知らなかった 10.8% (43 / 400名)

いま知った 4.3% (16 / 400名)

■海洋ごみへの興味関心 (Q16)

関心があって取り組んでいる 11.5% (46 / 400名)

店として関心がある 11.0% (44 / 400名)

個人としては関心がある 58.3% (233 / 400名)

関心はないがメリット次第 7.8% (31 / 400名)

関心がない 11.5% (44 / 400名)

調査結果

■海洋ごみへ対策の実施状況 (Q18)

情報発信	3.6% (11 / 400名)
ゴミ拾い	15.8% (48 / 400名)
ごみ分別	55.8% (169 / 400名)
ごみ箱設置	9.6% (29 / 400名)
容器を再生可能なものに	17.8% (54 / 400名)
箸などを使い捨てにしない	23.8% (72 / 400名)
袋を紙にする	8.3% (25 / 400名)
マイタンブラーやマイ箸	7.6% (23 / 400名)
廃棄油のリサイクル	23.4% (71 / 400名)
廃棄手前食材の利用	8.6% (26 / 400名)
エコな業者への切り替え	3.0% (9 / 400名)
廃棄の出ない仕入れの見直し	15.5% (47 / 400名)
カラスよけやネズミ除け	10.2% (31 / 400名)
その他	0.0% (0 / 400名)
行っているものはない	17.8% (54 / 400名)

■海洋ごみへ対策でやってみたいもの (Q19)

情報発信	11.5% (46 / 400名)
ゴミ拾い	27.5% (110 / 400名)
ごみ分別	30.8% (123 / 400名)
ごみ箱設置	10.5% (42 / 400名)
容器を再生可能なものに	25.0% (100 / 400名)
箸などを使い捨てにしない	24.3% (97 / 400名)
袋を紙にする	23.3% (93 / 400名)
マイタンブラーやマイ箸	18.5% (74 / 400名)
廃棄油のリサイクル	18.0% (72 / 400名)
廃棄手前食材の利用	12.0% (48 / 400名)
エコな業者への切り替え	9.8% (39 / 400名)
廃棄の出ない仕入れの見直し	24.0% (96 / 400名)
カラスよけやネズミ除け	12.5% (50 / 400名)
その他	0.3% (1 / 400名)
やってみたいと思うものはない	20.5% (82 / 400名)

調査結果

■海洋ごみへ対策に取り組めていない理由（Q20）

知らない	6.3%（25 / 400名）
何をすれば良いかわからない	29.0%（116 / 400名）
オペレーションが高い	7.8%（31 / 400名）
手間がかかる	22.0%（88 / 400名）
コストがかかる	25.3%（101 / 400名）
自分に関係があると知らなかった	7.0%（28 / 400名）
その他	3.0%（12 / 400名）
特にない	28.3%（113 / 400名）

■海洋ごみ対策に必要と感じていること（Q21）

イメージ	16.5%（66 / 400名）
経済性（コスト、集客性）	45.5%（182 / 400名）
お客様の声	16.0%（64 / 400名）
重大さの理解	46.0%（184 / 400名）
方法を知ること	43.0%（172 / 400名）
その他	2.5%（10 / 400名）

調査結果

■海洋ごみへ対策にかけられるコスト（Q22）

平均額 4047.34円／月

最低額 0.00円／月

最高額 150000.00円／月

■海洋ごみ対策に取り組む際のメリット（Q23）

企業イメージの向上 25.0%（100 / 400名）

紙、木製品の使用によりおしゃれなイメージになる 20.3%（81 / 400名）

独自の取り組みが、来客する方へ好印象を与える 24.5%（98 / 400名）

自店舗でエコ活動について発信できる 26.3%（105 / 400名）

同じ活動をしている他企業と交流ができる 10.5%（42 / 400名）

食品ロス削減の実現 41.3%（165 / 400名）

顧客との交流の接点となる 17.5%（70 / 400名）

魅力的に思うものはない 28.0%（112 / 400名）

■上記メリットが得られる場合にかかるコスト（Q24）

平均額 6978.54円／月

最低額 0.00円／月

最高額 200000.00円／月